

клієнтами, тому що вони є основою зростання організації. Якщо компанія знаходиться в складній ситуації, вона повинна скоротити непотрібні витрати і інвестиції без планування. Крім того необхідно займатися пошуком нових можливостей зростання і створенням нових ідей і продуктів, щоб збільшити портфель і зосередитися на інших категоріях клієнтів. Перш ніж робити які-небудь дії, варто ретельно проаналізувати ситуацію. Компанія повинна бути уважною до фінансових даних, фондового становища, уникати надмірних понаднормових і піклуватися про бухгалтерський облік.

Пошук конкурентних переваг компанії є стратегічно важливим, а інновації можуть дати позитивний ефект протягом тривалого часу. Також важливо займатися плануванням і постановкою цілей з використанням показників ефективності управління бізнесу. Для антикризового управління особливе значення має перспективність, можливість вибрати і побудувати раціональну стратегію розвитку [3].

1. Ронова Г.Н. Финансовый менеджмент / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. - М., 2003. – С. 107

2. Панков В.В. Тестовый анализ состояния бизнеса в условиях антикризисного управления // Финансы. - 2003. - № 8. - С. 59 – 62

3. Панков В.В. Економічний аналіз в умовах антикризового управління // Аудит і фінансовий аналіз. - 2003. - № 3. - С. 81 - 93.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК УМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Гайдашева О.В.

Науковий керівник – Магомедова М.А., канд. екон. наук, доцент

При переході до ринку відбувається повільний відхід від ієрархічного управління, жорсткої системи адміністративного впливу, практично необмеженої виконавчої влади до ринкових взаємовідносин, що базуються на економічних методах. Стає необхідним принципово новий підхід до пріоритетів. Головне всередині організації - працівники, а за її межами — споживачі продукції. Необхідно повернути свідомість працюючого до споживача, а не до начальника; до прибутку, а не до марнотратства; до ініціативи, а не до бездумного виконання. Слід перейти до соціальних норм, що базуються на здоровому економічному сенсі, не забуваючи про моральності.

Традиційно вважалося, що основою розвитку підприємства є капіталовкладення, інвестиції, впровадження більш досконалих технологій, а персоналу відводиться роль акуратного, безініціативного виконавця. Тимчасова концепція розвитку виробництва полягає в тому, що,

максимальна продуктивність, якість і конкурентоспроможність можуть бути досягнуті тільки при участі кожного співробітника в удосконалюванні виробничого процесу спочатку на своєму робочому місці, а в майбутньому на підприємстві в цілому.

Залучення персоналу в процес вдосконалення виробництва створює творчу обстановку і є потужним мотиватором персоналу до праці, що дозволяє кожному співробітникові максимально реалізувати свій досвід і творчі здібності.

Оскільки організація – це соціотехнічна система, постільки не можливо, працюючи над одним елементом, прийти до хорошого загального результату. По мірі того, як організаційне оточення стає все більш складним, а прагнення членів організації більш різноманітними і суперечливими, тиск на управління персоналом буде зростати. Особливість людських ресурсів у тому, що:

- по-перше, чим більше люди включені в професійну діяльність, тим більше в них накопичується життєвого і професійного досвіду, тим менше часу їм потрібно для якісного вирішення професійних завдань, тим більшу цінність вони представляють для організації;
- по-друге, це складний об'єкт соціального управління;
- по-третє, професіоналізація видів діяльності вимагає великої капіталомісткості для становлення професіоналів;
- по-четверте, висока ефективність діяльності професіоналів в організації досягається створенням раціонального управління їх можливостями.

Сутність управління персоналом в тому, що люди розглядаються як конкурентне багатство компанії, яке потрібно розміщувати, розвивати, мотивувати разом з іншими ресурсами, щоб досягти цілей. Узагальнення досвіду вітчизняних і зарубіжних організацій дозволяє сформулювати глобальну ціль управління персоналом: формування, розвиток і реалізація з найбільшою ефективністю трудового потенціалу організації. Це означає поліпшення роботи кожного співробітника, щоб він оптимальним чином нарощував і використовував свій трудовий творчий потенціал і тим самим сприяв досягненню цілей підприємства, а також підтримував діяльність інших співробітників в цьому напрямку.

Глобальна ціль фокусує увагу на трьох основних ідеях: формування, розвиток та реалізацію трудового (кадрового) потенціалу, а також участь персоналу в сполучних процесах, які встановлюють узгодженість між загальними і спеціальними функціями управління організації, тобто між усіма видами робіт в організації як єдиному організмі.

На етапі формування закладаються основи подальшого нарощування потенціалу персоналу. Це важлива стадія у життєвому циклі підприємства. Відхилення чисельності персоналу як в меншу, так і в більшу сторону впливає на рівень трудового потенціалу. Нестача призводить до недовикористання виробничого потенціалу, надмірне навантаження - недовикористання їх індивідуального потенціалу. Таким чином, мета формування персоналу - звести до мінімуму резерв нереалізованих можливостей, який обумовлений неспівпаданням потенційно сформованих в процесі навчання здібностей до праці і особистих якостей з можливостями їх використання при виконанні конкретних видів робіт, потенційної і фактичної зайнятості в кількісному і якісному відношенні.

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Должанський І. З., Загорна Т. О. – Київ : Центр навч. літ., 2012. – 384 с.

2. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Київ : Професіонал, 2006. – 235 с.

3. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Вид-во ЛКА, 2016. – 484 с.

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Менд В.С.

Науковий керівник – Мазур А.Б., асистент

Корпоративна культура – це соціальний клімат чи атмосфера в організації. Корпоративна культура формує модель поведінки і взаємин, яка не зводиться до простого статуту або зводу правил. Вона не може бути універсальною і повинна враховувати специфіку діяльності організації, склад колективу її співробітників та ряд інших важливих аспектів. При цьому корпоративна культура повинна зміцнювати колективний дух працівників від низьких до вищих ланок.

Формування корпоративної культури являє собою тривалий і складний процес, що пов'язаний з впливом культури суспільства, у середині якого дана організація функціонує. Формування корпоративної культури організації повинно відбуватися цілеспрямовано, та бути здатним ефективно реагувати на ситуації, як відносно стабільні, так і нові, спонтанні.

Процес формування корпоративної культури знаходить свій відбиток у формуванні «обличчя» організації, що включає особливості її діяльності, основні принципи та стиль, а також зобов'язання стосовно споживачів та персоналу. Чітко подані, сформовані, водночас гнучкі принципи і зобов'язання дозволяють формувати, об'єднувати праців-